

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A, 2001. *Managing Brand Equity, Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Press: New York.
- Assael, 2008, *Consumer Behavior and Marketing Action 6 th edition*, New York : International Thomson Publishing.
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Cetakan Kesepuluh. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ashari Satrio Muharam & Syuhada Sofian, 2011, *Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen*, Universitas Diponegoro.
- Basu Swasta DH, 2008, *Asas-Asas Marketing*, Jilid 1, Liberty, Yogyakarta.
- Bambang Pujadi, 2002, *Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, dan Kualitas Pesan Iklan terhadap Minat Beli Melalui Sikap (Kasus pada Merek Pasta Gigi Close Up di Semarang)*. Undip.
- Christina Esti Susanti, 2006, *Upaya Peningkatan Strategi Marketing Mix Pangan Berbasis Bahan Lokal Melalui Analisis Sikap Konsumen dengan Model Fishbein di Surabaya*, Unika Widya Mandala Surabaya.
- Garner, 2012, *Majalah SWA* Edisi XXVIII 15-28 Maret.
- G. Vani, M Ganesh Babu, & Panchanatham, 2010, Toothpaste Brands-A Study of Consumer Behavior in Bangalore City, *Journal of Economics and Behavioral Studies* Vol 1, No. 1. Pp. 27-39.
- Ghozali, Imam, 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hoeffler, Steve., Keller, Kevin Lane, 2003, The Marketing Advantages of Strong Brands, *Brand Management*, Vol. 10, No.6.
- Howard, 2004, *Strategic Brands Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Istijanto. 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Gramedia, Jakarta.

- Keller, Kevin Jane, 2008, The Effects of Sequential Introduction of Brand Extentions, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXIX, February
- Kinnear, Thomas C., and James R. Taylor, 2003, *Riset Pemasaran*, Dialihbahasakan oleh Yohanes Lamarto, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary, 2006, *Principle of Marketing*, Prentice Hall Inc, 7th Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler. P, 2003, *Marketing, Planning, Implementing and Analizing*, Milennium Edition, Prentice Hall.
- Kristia Tambunan, Ibnu Widiyanto, *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto*, Undip.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- Nicolino, Patricia. F, 2004, *The Complete Ideal Guide: Brand Management*. Prenada, Jakarta.
- Rizal dan A. Furinto. 2009. *Marketing Reloaded: Kompilasi Konsep dan Praktik Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Sihombing, Indra Jaya., 2010, “Mengemas Bahasa Iklan” *Suara Merdeka*, 3 April 2010, h.1
- Simamora, Bilson dan Lim, Johanes, 2002, *Aura Merek : 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Situmorang, J. R. 2008. Mengapa Harus Iklan, *Jurnal Bisnis*, Vol. 4, No. 1, pp.188-200.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Andy, Yogyakarta.
- Yasir Rafique, Muhammad Najeeb, 2012, Impact of Advertisement on Consumer Behavior of FMCG in Lahore City, *Journal Academic Research International*, ISSN :2223-9944 Col. 2, No. 3.

Zainuddin, 2001, *Metode Penelitian*, Sinar Grafika, Jakarta.

